

ABSTRAK

ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN EFISIENSI PEMASARAN UBI KAYU KECAMATAN TULANG BAWANG TENGAH, KABUPATEN TULANG BAWANG BARAT

Oleh

GAGAH WICAKSONO

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan usahatani, efisiensi pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi marjin pemasaran ubi kayu di Kecamatan Tulang Bawang Tengah, Kabupaten Tulang Bawang Barat. Penelitian ini menggunakan metode survei. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* di Kecamatan Tulang Bawang Tengah sebagai daerah penelitian dengan pertimbangan bahwa lokasi ini merupakan sentra produksi ubi kayu di Kabupaten Tulang Bawang Barat dan terdapat pabrik tapioka sebagai lokasi pemasaran. Responden petani dipilih dengan *simple random sampling* dan responden pedagang menggunakan *snowball sampling* berdasarkan dari saluran pemasaran yang dipilih petani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usahatani ubi kayu menguntungkan. Pemasaran ubi kayu melalui dua saluran, yaitu saluran I (petani-pabrik tapioka) dan saluran II (petani-lapak-pabrik tapioka). Saluran I lebih efisien dibandingkan dengan saluran II, struktur pasar oligopsoni, harga ubi kayu ditentukan oleh pabrik dan pemasaran ubi kayu belum efisien. Faktor-faktor yang mempengaruhi marjin pemasaran ubi kayu adalah rafaksi (X_1), biaya pemasaran (X_2) dan saluran pemasaran (D).

Kata kunci: ubi kayu, pendapatan, marjin dan pemasaran

ABSTRACT

ANALYSIS FARMING INCOME AND MARKETING EFFICIENCY OF CASSAVA IN TULANG BAWANG TENGAH SUB DISTRICT, TULANG BAWANG BARAT DISTRICT

By

GAGAH WICAKSONO

This research were aims to analyze income farming, the marketing efficiency of cassava and factors affecting marketing margin of cassava in Tulang Bawang Tengah Sub District, Tulang Bawang Barat District. This research used a survey method. The location of the research was carried out intentionally in Tulang Bawang Tengah Sub District with the consideration that the location was central cassava production and has a tapioca factory. Farmer respondents were chosen randomly by simple random sampling methods and marketing channel respondents were taken by tracing marketing networks by snowball sampling methods. The results showed that R/C ratio of >1, meaning that the farming of cassava was worthy to be cultivated and gave benefit. The market structure was an oligopsony and tapioca factory PT BW Penumangan as an end consumer. Channel I was more efficient than channel II, the market structure was oligopsony, the price of cassava was determined by the factory and the elasticity of transmission was 0.885 ($ET<1$) so that the marketing of cassava was not efficient. Factors affecting the marketing margin of cassava in Tulang Bawang Tengah Sub District, Tulang Bawang Barat District were raffaction (X_1), marketing costs (X_2), and marketing channel (D).

Key words: cassava, income, margin, marketing